

– Persbericht –

Live stream op Stationsplein Rotterdam maakt wereld nierpatiënt weer groot

Bussum, 19 september 2016 - 'Maak de wereld van Fabian weer groot. Maak een praatje!' Met dit motto en een live stream tussen nierpatiënt Fabian en het publiek op het Rotterdamse Stationsplein gaf de Nierstichting de aftrap voor haar collecteweek(campagne). Voorbijgangers konden een praatje maken met Fabian, die op dat moment vast zat aan de dialyse. Hiermee maakten zij de wereld van Fabian letterlijk groter. Het idee voor deze digital out-of-home actie werd ontwikkeld in een co-creatie brainstorm geleid door ADCN en in samenwerking met alle betrokken partijen.

Kleine wereld

"Weinig mensen weten hoe het is om een nierziekte te hebben. De campagne 'Maak de wereld van Fabian weer groot!' is er op gericht om deze impact aan de buitenwereld over te brengen," licht Wendy van Wijk, corporate communicatie Nierstichting, toe. Hoofdpersoon in de campagne is [Fabian Cornelissen](#) (37). Na twee mislukte transplantaties zit hij 40 uur per week vast aan een enorm dialyseapparaat. Dat houdt hem in leven, maar is loodzwaar. Het maakt zijn wereld heel erg klein. Voluit leven met zijn gezin zit er niet in.

Maak een praatje

Digital-out-of-home was het perfecte medium om de impact van een nierziekte over te brengen. "Juist op een drukke plek als het Stationsplein in Rotterdam voel je des te meer het contrast tussen de grote wereld van de mensen die daar komen en de kleine wereld van Fabian", aldus José Evers, managing partner strategie bij XXS Amsterdam. "Mensen komen van hun werk, gaan winkelen, uit eten ... allemaal dingen die je niet kunt als je dialyseert. Dan kun je namelijk urenlang geen kant op." Fabian gaf voorbijgangers een realtime inkijkje in zijn kleine wereld. Zijn wereld werd dankzij de belangstelling voor even weer groot.

Vernieuwing door co-creatie

Het idee voor de actie was de uitkomst van een door de ADCN geleide co-creatie sessie. "De Nierstichting, Maxus+Helder, XXS Amsterdam, Exterion Media, Kinetic en de Gemeente Rotterdam. Iedereen leverde een waardevolle bijdrage, met als resultaat een grotere wereld voor Fabian. Prachtig om te zien hoe je met elkaar snel tot vernieuwende creatieve communicatieoplossingen komt als het doel helder is en goed," aldus Jules Hooijer, strategy director bij Maxus+Helder

Live stream Facebook

De digital-out-of-home actie was de aftrap van de Nierstichting collecteweek campagne 'Maak de wereld van Fabian weer groot!', die wordt ingezet op TV, radio, online en out-of-home. De actie krijgt een vervolg op Facebook. Dinsdag 20 september vanaf 20.30 uur kan iedereen Fabians wereld weer even groter maken door een praatje met hem te maken tijdens een live video sessie op www.facebook.com/nierstichting

Nierziekten klein krijgen – wereld groter maken

Ruim 70.000 vrijwilligers gaan van 18 tot en met 24 september in heel Nederland van deur tot deur tijdens de collecteweek van de Nierstichting. Met de opbrengst van de collecte zet de Nierstichting alles op alles om de kunstnier klein te krijgen én nierziekten klein te krijgen. En daarmee de wereld van nierpatiënten weer groot te maken.

- EINDE PERSBERICHT -

-----Noot voor de redactie (niet voor publicatie)-----

Meer informatie:

Voor meer informatie over de inhoud van dit bericht kunt u contact opnemen met Sanne Rademaker, persvoorlichter Nierstichting, 06 46288299, sannerademaker@nierstichting.nl

Bijlagen:

- Credentials
- Beeldmateriaal is rechten vrij in te zetten met bronvermelding: foto Nierstichting.
- Bekijk de korte film '[Voorbijgangers maken wereld Fabian weer groot!](#)'
- Ga voor de commercial en meer informatie naar: www.nierstichting.nl/wat-wij-doen/campagnes/
- Lees het verhaal van Fabian: www.nierstichting.nl/fabian

Over de Nierstichting

Nierstichting

Leven gaat voor.

CREDENTIALS

Het concept voor de digital-out-of-home actie van de Nierstichting kwam tot stand tijdens een co-creatie brainstorm onder de bezielende leiding van de ADCN. XXS Amsterdam, tekende voor de campagne propositie en de creatieve uitwerking van de actie, Maxus+Helder voor de mediastrategie en de regie, de gemeente Rotterdam verleende de vergunning en Exterion Media en Kinetic leidden de realisatie in goede banen.

Bureau: XXS, Amsterdam

- José Evers, managing partner
- Saskia Meijer, René Verhagen, creatie
- Francis Oud, account manager

Mediastrategie, -planning en inkoop: Maxus+Helder

- Jules Hooijer, strategy director
- Stephanie Robles, cliënt director
- Daniël Dekhuijzen, media consultant

Realisatie out-of-home: Exterion Media

- Eva Rozenbeek, accountmanager agencies
- Cynthia Visbeen, accountmanager direct clients
- Anton Kalle, marketeer

Verantwoordelijk bij de Nierstichting:

- Wouter Langeveld, manager Marketing & Communicatie
- Wendy van Wijk, adviseur Corporate Communicatie & PR
- Nicolet Annema, doelgroepmanager Particulieren
- Sonja van Amerongen, campagne specialist
- Suzanne Nakhla, online marketeer

Filmmateriaal digital out-of-home actie: LegHetVast B.V.

- Regie: Erwin van den Berg
- Camera en montage: Leander Stolk
- Geluid en geluids nabewerking: Franck Veerhuis, Studio Veerhuis